

# Pendampingan Pembangunan Situs Profil Bengkel Pirus Sebagai Media Informasi dan Promosi

**Agata Filiana\*<sup>1</sup>, Maria Nila Anggia Rini<sup>2</sup>, Laurentius Kuncoro Probo Saputra<sup>3</sup>,  
Gabriel Indra Widi Tamtama<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Informatika, Universitas Kristen Duta Wacana, Indonesia

<sup>4</sup>Program Studi Sistem Informasi, Universitas Kristen Duta Wacana, Indonesia

e-mail: \*[afiliana@ti.ukdw.ac.id](mailto:afiliana@ti.ukdw.ac.id), [nila@ti.ukdw.ac.id](mailto:nila@ti.ukdw.ac.id), [kuncoro@ti.ukdw.ac.id](mailto:kuncoro@ti.ukdw.ac.id),  
[gabriel@si.ukdw.ac.id](mailto:gabriel@si.ukdw.ac.id)

## **Abstrak**

*CV. Pirus merupakan sebuah bengkel keluarga yang berdiri sejak tahun 1950 di kota Yogyakarta yang dikenal dalam memberikan solusi suku cadang yang susah didapatkan untuk masyarakat. Popularitas Pirus memberikannya status legendaris. Meskipun demikian, Pirus masih mengandalkan promosi secara tradisional dari mulut ke mulut dan loyalitas para klien. Untuk bersaing di era digital, dibutuhkan sebuah wadah digital yang dapat membantu promosi agar Pirus dapat menjangkau lebih banyak pelanggan. Melalui program pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini, sebuah website profil dibuat menggunakan Wordpress untuk CV. Pirus. Terdapat enam langkah utama yaitu: analisis kebutuhan, pengumpulan data, perancangan, implementasi, pelatihan, dan evaluasi. Website Pirus dapat dikunjungi melalui URL <https://pirusworkshop.com> dan di dalamnya terdiri dari halaman untuk beranda, sejarah, proyek, spesialisasi, dan kontak. Tim PkM melaksanakan pelatihan dengan CV. Pirus dan membuat video pembelajaran untuk memastikan keberlanjutan pengelolaan website. Untuk evaluasi, UEQ dan SUS digunakan untuk menilai user experience dan perceived usability. Hasil dari 14 responden menunjukkan nilai "Excellent" untuk daya tarik (2.27), kejelasan (2.34), efisiensi (2.38), ketepatan (2.05), stimulasi (1.95), serta nilai "Good" untuk kebaruan (1.57). Nilai rata-rata tersebut memiliki skala tertinggi 2.5. Sedangkan skor SUS menunjukkan nilai 82.3 dari 100 yang dianggap layak dari segi perceived usability.*

**Kata kunci:** *Bengkel Pirus, Website, Website Profil, Wordpress*

## 1. PENDAHULUAN

CV. Pirus merupakan sebuah bengkel yang dikelola oleh keluarga Sastro Pawiro atau lebih sering dikenal Surip. Setelah mengabdikan pada negara melalui Tentara Keamanan Rakyat (sekarang TNI AD) dan ikut perang gerilya di Yogyakarta dan sekitarnya, Bapak Surip memutuskan untuk membuka sebuah bengkel. Bapak Surip melihat motor-motor peninggalan Belanda dan Jepang yang dipakai oleh masyarakat umum namun sedikit bengkel yang menyediakan suku cadang [1]. Ide tersebut yang melahirkan Pirus, yang jika dibaca dari belakang "Surip".

Beberapa media situs berita *online* telah meliput cerita tentang bengkel unik ini, bahkan Pirus diberi status sebagai bengkel legendaris yang berhasil menghasilkan motor buatan anak bangsa pada tahun 1953 [2]. Hingga hari ini, bengkel Pirus secara konsisten bekerja dengan klien untuk memberikan solusi terhadap suku cadang yang rumit dan susah dicari. Beberapa spesialisasi Pirus termasuk di bidang *mechanical engineering*, *medical supplies*, dan *engineering design*.

Bisnis keluarga ini melakukan promosi secara konvensional, yaitu mengandalkan pelanggan dan juga *word-of-mouth*. Namun melihat perkembangan yang terjadi di masyarakat, terutama di bidang teknologi informasi, Pirus merasa sudah saatnya memiliki sebuah kehadiran digital yang dapat diandalkan terutama untuk memberikan informasi dan promosi kepada masyarakat. Terlebih dengan adanya pandemi COVID-19 yang juga menjadi pertimbangan untuk memperkuat promosi digital. Profil digital tentunya penting untuk bersaing dengan bengkel lainnya, sekaligus untuk menonjolkan keunikan Pirus sebagai salah satu bengkel pelopor di Indonesia.

Pihak CV. Pirus mengakui sudah pernah mencoba untuk membuat situs namun hasilnya belum maksimal karena digarap di waktu luang tanpa ada perencanaan yang pasti. Alhasil, situs yang dibangun tidak memiliki struktur informasi yang jelas dengan tampilan sederhana, tidak memaksimalkan *tools* yang dapat digunakan sebagai media informasi dan promosi, dan memiliki nama domain yang tidak mencerminkan bisnis komersial. Untuk itu, CV. Pirus membutuhkan pendampingan dalam membangun *website profile* yang sesuai dengan citra Pirus dan yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan informasi yang dapat diandalkan oleh pelanggan mereka. UMKM ini juga berharap situs profil mampu memperluas jaringan bisnis sehingga pelanggan dapat datang dari luar Kota Yogyakarta juga.

Kemajuan teknologi dianggap sebagai peluang yang dapat dimanfaatkan untuk berkomunikasi dan membangun relasi dengan pelanggan [3]. Hal ini sudah dilakukan di berbagai bidang, seperti di bidang pariwisata yang menggunakan situs profil untuk mempromosikan lokasi wisata [4] dan bidang pendidikan yang memanfaatkan media website untuk menyampaikan informasi penting tentang kegiatan sekolah [5]. Peluang ini juga dimanfaatkan oleh beberapa usaha mikro kecil menengah (UMKM) dalam melakukan pemasaran digital dengan membuat sebuah *website* resmi. Adanya situs resmi dapat membantu usaha dalam menyampaikan informasi dan promosi produk ke pelanggan mereka secara cepat. Menurut Kaplan [6], sudah semestinya setiap usaha memiliki situs resmi karena adanya beberapa manfaat penting seperti membentuk kredibilitas dan *brand*, sebagai wadah informasi yang tersedia 24 jam, serta memudahkan interaksi dengan pelanggan dalam menyampaikan informasi penting.

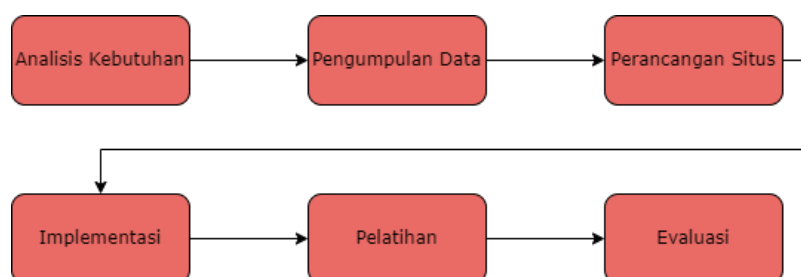
Pendampingan pembuatan *website* telah dilaksanakan dalam beberapa program pengabdian masyarakat terutama untuk UMKM yang sering kali tidak memiliki sumber daya yang cukup untuk mengembangkan situs secara mandiri. Salah satunya adalah pembuatan situs profil untuk UMKM Tyara Craft di Kabupaten Pati yang dipercaya dapat membantu dalam promosi dan pemasaran produk ke masyarakat yang lebih luas, termasuk pembeli di luar Kabupaten Pati [7]. Contoh lainnya adalah *branding* melalui sebuah *website* juga diterapkan pada Komunitas Cangkir Jalanan di Kota Tangerang yang merupakan wadah untuk pecinta kopi dengan anggota pedagang, penikmat, dan pekerja seduh [8]. Program yang dilakukan meliputi pelatihan pembuatan *website* menggunakan Wix.com yang akan digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai aktivitas pada komunitas tersebut serta membantu dalam meningkatkan citra kedai-kedai kopi yang ada dalam binaan komunitas tersebut [8]. Hal ini tentunya sejalan dengan CV. Pirus yang memiliki potensi untuk menjangkau konsumen di luar Kota Yogyakarta, terutama mengingat banyaknya pengalaman UMKM ini dengan pembuatan suku cadang di berbagai macam bidang. Program pembuatan *website* lainnya juga dilakukan untuk UKM Reviora di Desa Kalisampurno, Kecamatan Tanggulangin Sidoarjo yang bergerak di bidang kerajinan dari limbah kantong semen [9]. *Website* berhasil dibangun dengan *content management system* (CMS) Wordpress yang dianggap sederhana dan mudah untuk digunakan serta adanya banyak pilihan *template* dan *plugin* [9]. Kemudahan Wordpress juga dimanfaatkan untuk menyokong UKM peternak ikan koi di Kota Blitar dengan memberikan pelatihan pembuatan *website* [10]. Kegiatan ini disambut dengan antusias oleh para peternak dengan harapan menumbuhkan rasa percaya diri dan mandiri dalam mengembangkan *company profile* yang dapat dimanfaatkan sebagai media penyebaran informasi [10]. Wordpress juga digunakan sebagai basis dari *website* usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Ola Alikea Shop yang digunakan sebagai media pemasaran produk yang dianggap penting terutama di tengah pandemi COVID-19 [11].

Wordpress memang salah satu CMS populer yang kerap kali menjadi pilihan untuk membentuk *website* profil karena mudah untuk digunakan oleh siapa pun tanpa harus memiliki latar belakang di bidang teknologi. Selain itu, tampilan *website* dapat disesuaikan dengan citra masing-masing usaha. Halaman *website* pada Wordpress dapat dikategorikan menjadi dua yaitu Posts dan Pages. Posts cocok untuk konten yang sifatnya dinamis dan sering bertambah, sedangkan Pages lebih sering dipakai untuk halaman yang sifatnya statis dan tidak banyak perubahan. Wordpress juga menawarkan domain gratis bagi para penggunanya dengan akhiran *wordpress.com*. Namun menurut Aryani et al. [12], pemilihan nama *domain* untuk sebuah usaha sangat penting karena berhubungan dengan kepercayaan pelanggan terhadap usaha yang bersangkutan. Usaha disarankan tidak memakai *domain* gratis dari provider seperti Wordpress dan membuat nama domain sendiri karena akan memberikan kesan bagi pengunjung bahwa situs dapat dipercaya, aman, serius, dan memiliki pelayanan yang baik [12].

Pada program pengabdian kepada masyarakat (PkM) ditawarkan sebuah solusi pembentukan *website* profil untuk CV. Pirus yang akan membantu dalam pemasaran digital. Solusi ini juga akan membantu Pirus untuk menjangkau pelanggan yang berada di luar Kota Yogyakarta serta memberikan *platform* yang dapat menampung sejarah Pirus serta menyediakan tempat untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan dengan masyarakat. *Website* akan dibangun dengan CMS Wordpress dengan memanfaatkan *theme* yang disediakan. Pemilihan ini mengingat mudahnya Wordpress untuk dipelajari dalam waktu singkat. *Domain* juga akan dibuatkan dengan nama yang sesuai dengan CV. Pirus agar *website* lebih kredibel. Target luaran dari program PkM ini adalah sebuah *website* resmi CV. Pirus dengan domain komersial, pelatihan dan video pembelajaran, serta jurnal nasional

## 2. METODE

CV. Pirus memiliki lokasi di Gang Puntodewo di Terban, Yogyakarta dan merupakan sebuah bisnis keluarga. Pada pelaksanaan PkM yang dimulai dari bulan Maret – November 2022 melibatkan pemilik langsung beserta anak dari pemilik yang juga merupakan penanggungjawab utama untuk PkM dari pihak CV. Pirus. Beberapa pegawai harian juga turut terlibat dalam pengambilan data yang dilakukan oleh tim ke lokasi. Metode pelaksanaan yang dilakukan oleh tim meliputi pendampingan serta pelatihan pembuatan *website profile*. Terdapat enam tahapan utama dalam pelaksanaan yaitu analisis kebutuhan, pengumpulan data, perancangan situs, implementasi, pelatihan, dan evaluasi. Tahapan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Tahapan Program PkM Pirus

### 2.1 Analisis Kebutuhan

Pada tahapan ini dilakukan analisis akan kebutuhan CV. Pirus terkait dengan pembentukan profil digital. Kegiatan yang dilakukan termasuk melakukan *site visit* ke bengkel Pirus untuk melihat aktivitas sehari-hari serta berdiskusi dengan pemilik Pirus.

### 2.2 Pengumpulan Data

Di tahapan ini tim PkM bersama pemilik Pirus harus memutuskan informasi apa saja yang akan ditampilkan pada situs profil

### 2.3 Perancangan Situs

Pada tahapan ini tim mulai melakukan perancangan awal tampilan situs dan mencari *theme* Wordpress yang sesuai. Penamaan *website* juga mulai dipikirkan pada tahapan ini. Baik *theme* maupun nama didiskusikan bersama dengan mitra agar sesuai dengan *brand* dari Pirus.

### 2.4 Implementasi

Pada tahapan implementasi, pertama-tama tim akan membeli sebuah *domain* sesuai dengan nama yang sudah disepakati. Selanjutnya *website* dengan CMS Wordpress akan diinstal. Themify juga akan diinstal yang digunakan untuk kebutuhan *theme*. Konten situs yang sudah ditetapkan juga akan diatur pada setiap halaman.

### 2.5 Pelatihan

Pada tahapan ini tim PkM akan menyediakan materi pembelajaran dalam bentuk video yang nantinya akan diberikan oleh mitra. Selain itu, mitra akan diundang untuk diberikan pelatihan secara langsung tentang pengelolaan *website*.

### 2.6 Evaluasi

Untuk melihat hasil dari *website* Pirus maka dilakukan dua evaluasi. Yang pertama adalah User Experience Questionnaire (UEQ). Kuesioner ini terdiri dari dua puluh enam pernyataan dalam bentuk skala Likert 1-7 yang diisi secara cepat oleh pengguna. Guna dari UEQ adalah melihat daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan kebaruan dari sebuah situs [13]. Selain itu, evaluasi juga dilakukan untuk melihat usability dari *website* dengan System Usability Scale (SUS) yang dipopulerkan oleh John Brooke [14]. SUS terdiri atas 10 pertanyaan singkat yang dijawab dengan skala Likert 1-5. Kuesioner ini termasuk yang cukup populer karena sederhana dan gratis namun dapat menangkap *perceived usability* dengan baik [15]. Yang digunakan pada PkM ini adalah SUS versi bahasa Indonesia [16]. Sebagai tambahan, responden juga akan diminta untuk menulis secara terbuka kritik dan saran atas situs Pirus. Kuesioner akan dibuat pada Google Form dan disebar pada beberapa responden

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan melakukan pembahasan secara rinci terhadap setiap tahapan yang ada pada Gambar 1.

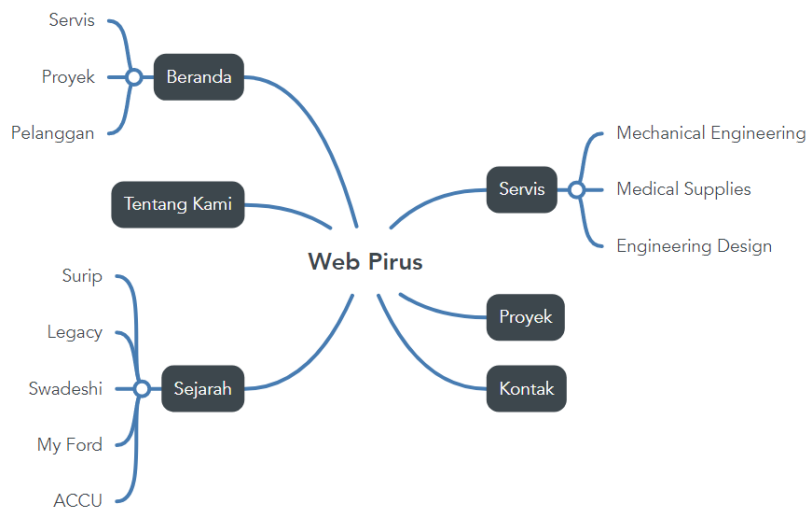
### 3.1 Analisis Kebutuhan

Melihat pasar yang saat ini serba *online* dan semakin pentingnya strategi pemasaran digital, Pirus merasa diperlukan sebuah rumah digital yang profesional dan dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk-produk mereka. Kebutuhan tersebut juga terasa lebih mendesak dengan adanya pandemi COVID-19 dimana semua usaha merasakan pentingnya kehadiran *online* yang dapat diandalkan.

Setelah melihat bengkel Pirus secara langsung dan melakukan diskusi dengan pemilik Pirus, produk-produk yang dihasilkan oleh Pirus biasanya memiliki tingkat kustomisasi yang tinggi dan sangat tergantung dengan kebutuhan dari pelanggan. Untuk itu, *website* Pirus harus mampu memberikan ruang untuk memperlihatkan keunikan setiap proyek yang telah dikerjakan. Salah satu hal yang dibahas juga adanya keinginan dari pemilik untuk menonjolkan sisi sejarah dari Pirus. Sebagai bisnis keluarga yang sudah turun temurun, hal ini menjadi salah satu keunggulan Pirus.

Hasil dari tahapan ini adalah sebuah struktur informasi *website* yang terdiri atas halaman beranda berisi deskripsi singkat Pirus dengan beberapa proyek dan pelanggan utama, halaman “Tentang Kami”, halaman “Sejarah” yang akan menceritakan tentang sejarah Pirus, halaman “Servis” yang akan menunjukkan macam-macam servis yang ditawarkan oleh Pirus,

halaman “Proyek” yang berisi hasil karya Pirus, dan halaman “Kontak”. Struktur informasi *website* Pirus dirangkum pada Gambar 2.



Gambar 2 Struktur Informasi *Website* Pirus

### 3.2 Pengumpulan Data

Konten seperti sejarah, kontak dan spesialisasi didapatkan dari pemilik. Beberapa gambar juga sudah ada namun tim PkM menyarankan adanya pembaharuan gambar seperti aktivitas bengkel. Untuk itu, tim PkM melakukan kunjungan ke bengkel untuk mengambil gambar baru. Salah satu contoh gambar yang diambil untuk *website* baru adalah pada Gambar 3. Beberapa gambar hasil karya Pirus juga diambil yang nantinya juga dapat dipakai.



Gambar 3 Pengambilan Gambar pada Bengkel Pirus

### 3.3 Perancangan Situs

Pertama-tama tim PkM melakukan perancangan awal antar muka *website* profil yang akan dibangun. Selanjutnya tim PkM bersama dengan Pirus melakukan diskusi tentang warna utama situs serta nama *domain* yang akan dipakai. Mitra secara spesifik meminta agar warna yang mendominasi pada *website* adalah warna gelap. Nama domain yang disepakati adalah *pirusworkshop.com*.

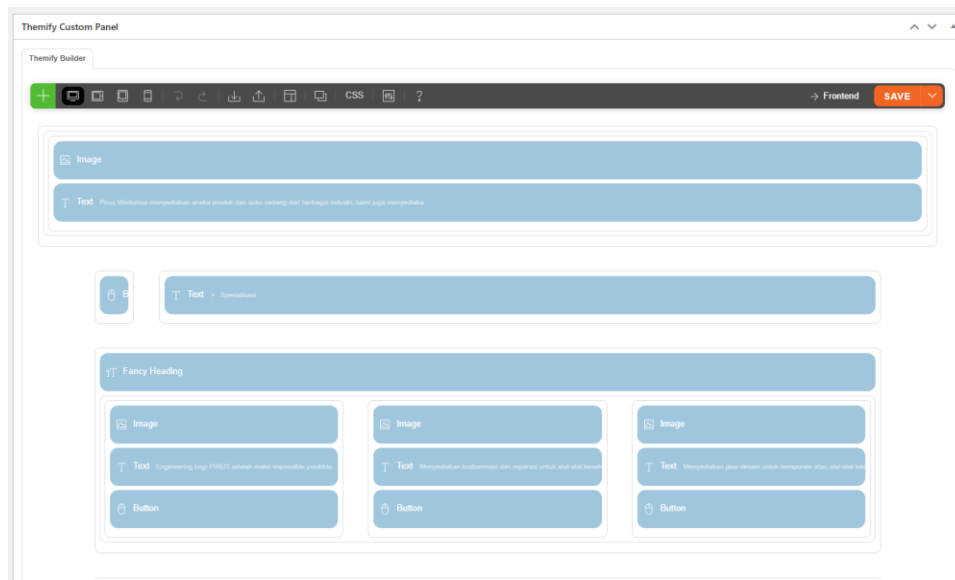
Langkah selanjutnya, tim mencari *theme* Wordpress yang paling sesuai dengan keinginan mitra pada Themify. Tema “Ultra Construction” menjadi pilihan yang paling sesuai.

Dengan persetujuan mitra, tim PkM menggunakan tema ini untuk nantinya dipakai pada *website*.

### 3.4 Implementasi

Mengikuti hasil diskusi, maka situs dengan nama domain <https://pirusworkshop.com/> dibeli melalui Hostinger Indonesia. Pilihan *.com* digunakan karena Pirus merupakan bisnis/komersial. Paket yang dibeli meliputi tiga tahun hosting hingga tahun 2025 dan satu tahun domain hingga tahun 2024.

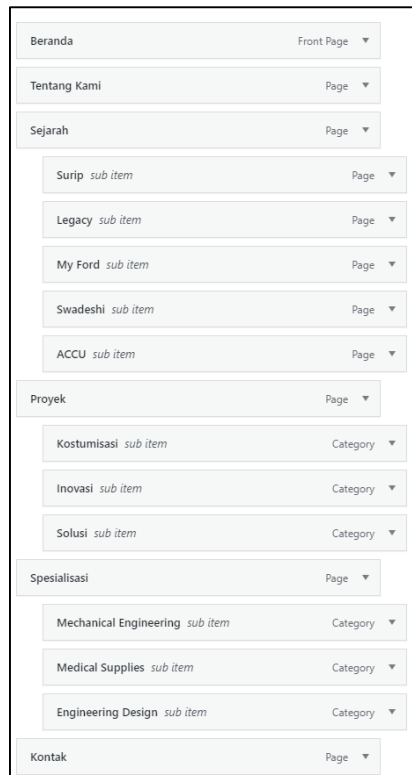
Pada tahapan ini tim PkM juga mulai membuat beberapa *template post* dan halaman yang nantinya dapat dipakai oleh pihak Pirus. Themify menyediakan fasilitas dengan nama *Saved Layout* dimana pengguna dapat membuat dan menyimpan template. Terdapat tiga *template* utama yaitu untuk halaman induk (Gambar 4) yang menyediakan beberapa menu, halaman anak yang berisi konten dari menu di halaman induk, dan halaman *post*. Halaman *post* merupakan halaman yang nantinya akan sering digunakan oleh Pirus untuk menulis konten seperti proyek



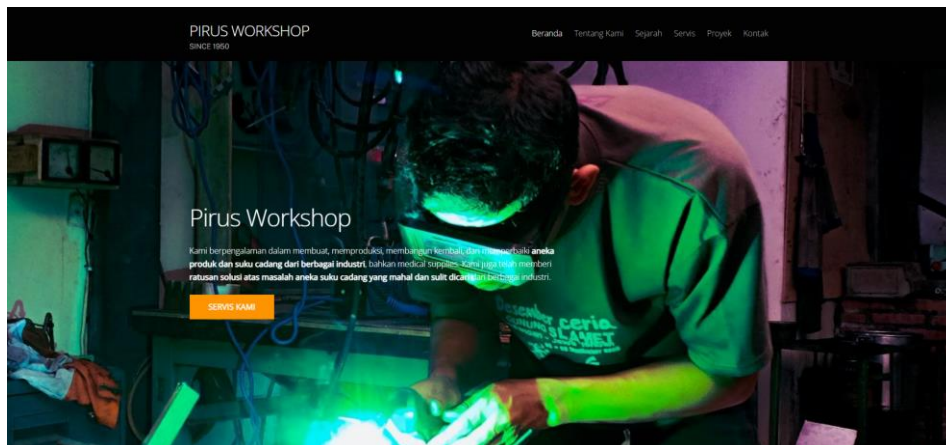
Gambar 4 Template Halaman Pirus

Selanjutnya, dibuat halaman untuk konten sesuai dengan struktur informasi yang telah disepakati. Halaman beranda, tentang kami, sejarah, dan kontak sifatnya tidak banyak berubah sehingga memakai *Pages* pada Wordpress. Sedangkan halaman proyek dan spesialisasi akan memuat konten yang akan selalu diperbaharui, maka *Posts* digunakan. Menu untuk *website* Pirus juga diimplementasikan seperti yang terlihat pada Gambar 5. *Font* yang digunakan adalah Open Sans yang memiliki struktur tegas serta memiliki opsi untuk Bold. *Header* untuk setiap halaman juga disamakan untuk memberikan konsistensi pada setiap halaman.

Hasil dari halaman utama atau beranda dari *website* terlihat pada Gambar 6 dengan menggunakan gambar yang diambil oleh tim PkM di bengkel Pirus. Pada bagian atas terlihat menu yang sudah dibuat.

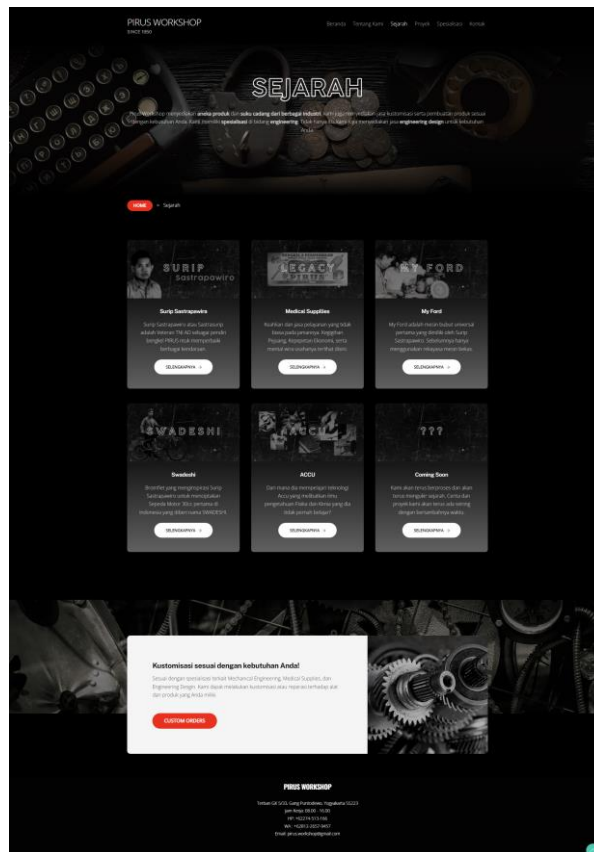


Gambar 5 Struktur Menu Website



Gambar 6 Halaman Beranda Pirus

Apabila menu Sejarah diklik maka akan muncul halaman seperti pada Gambar 7 yang menunjukkan beberapa menu tentang sejarah Pirus. Sebagai contoh, apabila menu Surip Sastrapawiro diklik maka akan masuk ke halaman yang menceritakan tentang riwayat pendiri Pirus (Gambar 8).



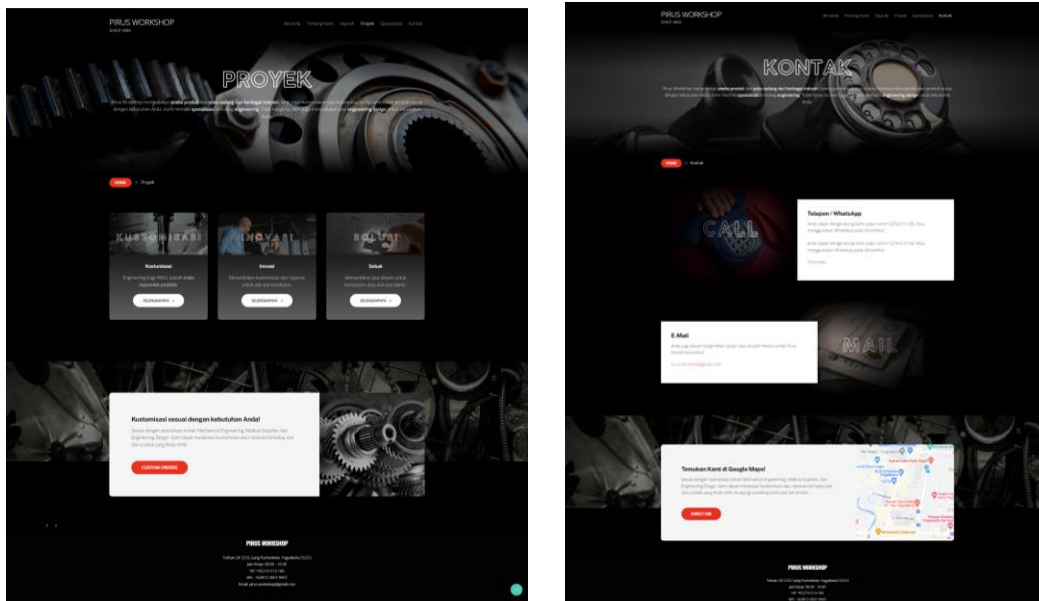
Gambar 7 Halaman Sejarah Pirus



Gambar 8 Halaman Surip Sastrapawiro

Halaman Proyek memiliki tiga sub menu yaitu Kustomisasi, Inovasi, dan Solusi ( Gambar 9). Setiap sub menu akan masuk ke dalam halaman baru yang akan menunjukkan posts yang berisi cerita pengalaman proyek yang telah dikerjakan oleh Pirus. Hal yang serupa juga dilakukan untuk halaman Spesialisasi. Halaman Kontak seperti yang terlihat pada Gambar 9, akan memuat beberapa opsi kontak dari Pirus termasuk Telepon/Whatsapp, E-mail, dan juga peta dari lokasi bengkel.





Gambar 9 Halaman Proyek dan Spesialisasi Pirus

### 3.5 Pelatihan

Sebagai salah satu bentuk tanggung jawab tim PkM terhadap mitra, maka dilakukan pelatihan untuk *transfer knowledge*. Pelatihandilaksanakan pada bulan Oktober 2022 di lab Universitas Kristen Duta Wacana dan bersifat praktikum. Pada pelatihan tersebut, tim PkM memberikan beberapa materi pokok agar situs nantinya dapat dikelola secara mandiri oleh Pirus. Materi pelatihan termasuk pengenalan *dashboard* Wordpress, penjelasan perbedaan *page* dan *post*, pembuatan menu, pengenalan Themify, pembuatan *post* dengan template, dan pembuatan *page* dengan *template*.

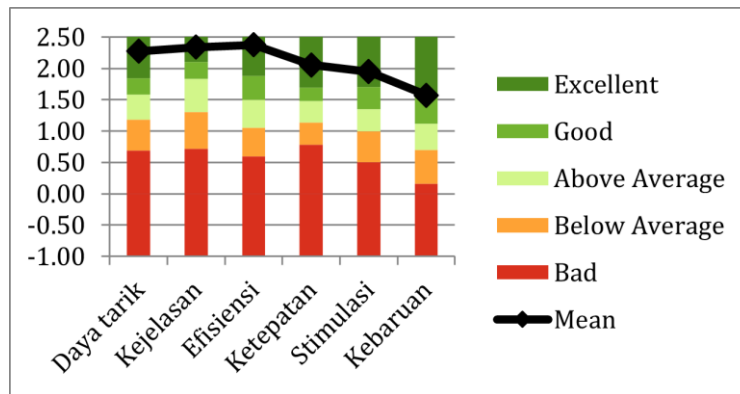
Selain itu tim PkM juga membuat modul pelatihan dalam bentuk video sehingga pihak Pirus dapat menggunakannya sebagai pembelajaran lebih jauh. Panduan dalam bentuk PDF juga diberikan sebagai dokumen pendamping video pembelajaran. Format video memang sengaja dipilih karena akan lebih memudahkan untuk melihat secara langsung ketimbang dalam bentuk teks. Video tersedia pada Google Drive yang dibagikan kepada mitra.

### 3.6 Evaluasi

Kuesioner evaluasi *website* Pirus diisi oleh 14 responden dengan demografis 57.1% laki-laki dan 42.9% perempuan. Secara umur, responden terbagi menjadi tiga kategori umur yaitu 57.1% adalah laki-laki, dan 42.9% adalah perempuan.

Hasil UEQ pada Gambar 10 memperlihatkan nilai “Excellent” untuk daya tarik, kejelasan, efisiensi, ketepatan, stimulasi, dan stimulasi. Sedangkan nilai “Good” diperoleh untuk kebaruan. Sementara itu, skor akhir untuk SUS adalah 82.3 dari 100. Jika dilihat pada skala SUS maka skor tersebut dianggap *acceptable* atau layak dari segi *perceived usability*.

Menurut kritik dan saran responden, beberapa menilai *user interface* dari *website* cukup menarik namun beberapa responden menganggap palet warna yang digunakan terlalu gelap. Selain itu, terdapat beberapa saran untuk meringkas konten agar *website* tidak terlalu berat saat *loading*.



Gambar 10 Hasil UEQ

#### 4. KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) telah berhasil dilaksanakan bersama mitra CV. Pirus dengan hasil utama sebuah *website* yang dapat diakses melalui alamat <https://pirusworkshop.com/>. Situs ini diharapkan menjadi rumah digital utama untuk bisnis kecil keluarga Pirus yang dapat dimanfaatkan sebagai media promosi. Tim PkM memberikan tampilan *website* yang sesuai dengan *brand* mitra dan juga nama *domain* yang mencerminkan profesionalisme Pirus sebagai salah satu UMKM legendaris di Kota Yogyakarta. Bagian administrasi *website* telah dilengkapi dengan *template* yang siap pakai agar penampilan setiap halaman konsisten. Selain itu, pada situs ini juga disediakan menu khusus yang dapat digunakan oleh mitra untuk menuliskan pengalaman akan proyek yang telah dilakukan serta spesialisasi mitra. CMS Wordpress digunakan sebagai basis situs ini dengan pertimbangan kemudahan dalam pengelolaan. Tim PkM juga memberikan modul pelatihan dalam bentuk video pembelajaran. Situs ini diharapkan dapat digunakan sebagai media informasi dan promosi yang terpercaya. Hasil evaluasi yang dilakukan oleh tim PkM menunjukkan adanya hasil yang cenderung positif dari segi *perceived usability* dan juga pengalaman pengguna (*user experience*). Untuk pengembangan kegiatan ke depan, *website* juga dapat dikembangkan sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Sebagai contoh, dapat ditambahkan halaman *blog* yang diisi dengan proyek-proyek dari CV. Pirus yang dapat dipakai untuk memperluas portfolio. Selain itu, kegiatan dalam bentuk pelatihan pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Youtube dapat dilakukan untuk merangkul kalangan muda.

#### 5. SARAN

Beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk ke depannya adalah memberikan halaman khusus untuk pelanggan agar dapat mengirimkan email secara langsung ke pihak Pirus. Selain itu, Pirus juga dapat membuat alamat email dengan *domain* yang sama dengan *website*. Hal ini disarankan agar profil Pirus dapat terlihat lebih kredibel. Tim PkM juga menyarankan untuk menambahkan tautan ke media sosial Pirus sehingga keberadaan digital Pirus dapat lebih terintegrasi. Selain itu, ada baiknya jika Pirus juga mempercayakan satu orang sebagai admin yang dapat secara khusus mengelola konten *website* Pirus.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PkM mengucapkan terima kasih atas dukungan dari Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UKDW atas pendanaan yang telah ditetapkan dengan keputusan Ketua LPPM UKDW nomor 051/D.05/LPPM/2022 tertanggal 21 Maret 2022. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Mikael Rizki P.E. dan Theofani Drya Kharisma yang telah membantu memasukkan konten pada *website*.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] W. Giri, "SURIP 'PIRUS' SWADESI," Situs Resmi Komite Nasional Pelestarian Kretek. Diakses: 3 Maret 2022. [Daring]. Tersedia pada: <https://bolehmerokok.com/2016/01/surip-pirus-swadeshi-2/>
- [2] Indonesian Custom Show, "Pirus, Bengkel Legendaris dari Yogyakarta - Indonesian Custom Show," <https://indonesiancustomshow.com/>. Diakses: 7 November 2022. [Daring]. Tersedia pada: <https://indonesiancustomshow.com/pirus-bengkel-legendaris-dari-yogyakarta/>
- [3] T. Suryani, M. Nurhadi, dan A. A. Fauzi, E-MARKETING BAGI UKM: STRATEGI PERIKLANAN, WEBSITE & MEDIA SOSIAL. Jakad Media Publishing, 2020.
- [4] B. Susanto, A. Filiana, dan K. Oentoro, "PENGEMBANGAN SITUS BADAN PROMOSI PARIWISATA KOTA YOGYAKARTA," *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 5, no. 2, hlm. 268–277, Agu 2022, doi: 10.24198/KUMAWULA.V5I2.36889.
- [5] H. Wijayanto, D. Remawati, P. Asiska, N. Fitriani, dan S. Nusantara, "Rancang Bangun Web Profil Sekolah SD IT Al-Hikam Berbasis Wordpress Sebagai Bentuk Media Promosi," *Jurnal Abdimas PHB : Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, vol. 6, no. 2, hlm. 464–469, Apr 2023, doi: 10.30591/JAPHB.V6I2.4148.
- [6] K. Kaplan, "Why Every Business Needs A Website," *Forbes*. Diakses: 8 November 2022. [Daring]. Tersedia pada: <https://www.forbes.com/sites/theyec/2020/02/03/why-every-business-needs-a-website/?sh=1f09dd7c6e75>
- [7] B. Gunawan, S. Mulyani, dan F. Nugraha, "Perancangan Aplikasi Promosi dan Pemasaran Produk pada UMKM Tyara Craft Berbasis Web," *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 13, no. 3, hlm. 565–569, Sep 2022, doi: 10.26877/E-DIMAS.V13I3.11960.
- [8] K. Komunitas Cangkir Jalanan Untuk Meningkatkan Pencitraan Merek Rini Kurnia Sari dan T. Sriwidadi, "Pelatihan Membangun Website Sesuai dengan Kebutuhan Komunitas Cangkir Jalanan Untuk Meningkatkan Pencitraan Merek," *Jurnal Abdimas PHB : Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, vol. 5, no. 2, hlm. 313–320, Mei 2022, doi: 10.30591/JAPHB.V5I2.3071.
- [9] S. Khadafi dan C. Anam, "PERANCANGAN WEBSITE DAN AKUN SOSIAL MEDIA UNTUK UKM REVIORA TANGGULANGIN SIDOARJO GUNA MENGHADAPI ERA INDUSTRI 4.0," dalam *Prosiding Seminar Nasional Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat (SNPM)*, 2019, hlm. 13–19.
- [10] A. K. Nalendra, M. N. Fuad, M. Mujiono, D. Wahyudi, dan P. B. Utomo, "Pelatihan Pembuatan Website Profile untuk Peternak Ikan KOI Kota Blitar Berbasis Wordpress," *Archive: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 2, hlm. 105–112, Jun 2022, doi: 10.55506/ARCH.V1I2.38.
- [11] D. Manongga dkk., "Pengabdian Masyarakat dalam Pemberdayaan UMKM dengan Melakukan Implementasi Website Menggunakan Plugin Elementor Sebagai Media Promosi," *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 3, no. 1, hlm. 44–53, Okt 2022, doi: 10.34306/ADIMAS.V3I1.810.

- [12]D. Aryani dkk., “PERANAN PENTING NAMA DOMAIN DALAM MEDIA PEMASARAN TOKO ONLINE,” SEMNASTEKNOMEDIA ONLINE, vol. 3, no. 1, hlm. 4-1–13, Feb 2015, Diakses: 8 November 2022. [Daring]. Tersedia pada: <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/semnasteknomedia/article/view/713>
- [13]M. Schrepp, A. Hinderks, dan J. Thomaschewski, “Applying the User Experience Questionnaire (UEQ) in Different Evaluation Scenarios,” Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics), vol. 8517 LNCS, no. PART 1, hlm. 383–392, 2014, doi: 10.1007/978-3-319-07668-3\_37.
- [14]J. Brooke, “SUS: A ‘Quick and Dirty’ Usability Scale,” Usability Evaluation In Industry, hlm. 207–212, Jun 1996, doi: 10.1201/9781498710411-35.
- [15]J. R. Lewis, “The System Usability Scale: Past, Present, and Future,” Int J Hum Comput Interact, vol. 34, no. 7, hlm. 577–590, Jul 2018, doi: 10.1080/10447318.2018.1455307.
- [16]Z. Sharfina dan H. B. Santoso, “An Indonesian adaptation of the System Usability Scale (SUS),” 2016 International Conference on Advanced Computer Science and Information Systems, ICACISIS 2016, hlm. 145–148, Mar 2017, doi: 10.1109/ICACISIS.2016.7872776.